



Манифест по алкоголю

Кто мы?

Мы - это 71 исследователь из 33 организаций 14 европейских стран, которые представляют этот манифест для рассмотрения на Европейских Дебатах по научно обоснованной алкогольной политике и на Пятой Европейской конференции по алкогольной политике, которые состоялись в Стокгольме в октябре 2012 года.

Мы подготовили этот манифест, потому что мы глубоко обеспокоены тем, что каждый год 120 тысяч граждан Европейского Союза в возрасте 15-64 лет умирают из-за алкоголя, и что эти поддающиеся предотвращению смерти происходят из года в год, не становясь причиной для достаточных политических действий по их снижению.

Мы должны уменьшить бремя алкогольных проблем

Нам в Европейском Союзе нравится наш алкоголь и у нас есть долгая история выпивок. Но у нас также есть проблемы с алкоголем: мы пьем вдвое больше, чем в среднем пьют в мире. За последние десять лет наш уровень ежегодного потребления застыл на отметке около 11 литров чистого алкоголя на человека в возрасте от 15 лет и старше. Это составляет чуть менее 30 г спирта на человека в день, что эквивалентно 800 мл пива обычной крепости.

Нам не кажется, что мы живем в разумном или справедливом обществе, если оно позволяет, чтобы 1 из 8 случаев смерти, которые происходят в нашем экономически продуктивном возрасте (15-64 лет), были обусловлены алкоголем. К тому же это обходится каждому из нас в сумму 311 евро в год в виде снижения производительности труда и роста затрат на здравоохранение, социальное обеспечение и систему правопорядка.

Это финансовые потери, без которых мы все могли бы обойтись, особенно в периоды экономических спадов. И, на самом деле, оценка затрат является заниженной, поскольку не включает в себя все те затраты, которые алкоголь налагает на других людей, помимо самих пьющих - если бы эти затраты были добавлены, то общие потери для каждого из нас вполне могли бы удвоиться.

Мы также не считаем, что живем в справедливом обществе, так как наносимый алкоголем ущерб непропорционально сильно сказывается на бедных людях.

Каждый грамм выпитого алкоголя повышает вероятность смерти бедных людей в большей степени, чем состоятельных людей, как бы ни измерялся этот риск.



Что нужно сделать, чтобы уменьшить обусловленные алкоголем проблемы

Мы считаем убедительными аргументы о необходимости надлежащим образом проинформировать об опасностях потребления алкоголя всех потребителей, в том числе путем законодательного введения медицинских предупреждений на упаковке с информацией, определяемой министерствами здравоохранения.

Говоря просто, чем больше алкоголя мы потребляем в течение всей жизни, чем больше мы употребляем в каждом случае и чем больше количество таких случаев, тем больше суммарный риск негативных последствий для здоровья. Если усреднить все это, риск смерти от связанных с алкоголем причин существенно возрастает пропорционально количеству потребляемого алкоголя, как для мужчин, так и женщин, и не существует уровня потребления алкоголя, не сопряженного с риском. Риск смерти от связанных с алкоголем причин составляет примерно 1 к 100, если выпивать один бокал вина (175 мл) в день. Этот риск увеличивается в 14 раз, что составляет один к семи, если выпивать 750 мл бутылку вина в день.

Мы считаем убедительными аргументы о том, что все потребители должны быть соответствующим образом предупреждены о том, что алкоголь вызывает многочисленные нарушения здоровья и заболевания, включая рак, и информирование людей должно происходить путем законодательных требований о введении на всех контейнерах для алкогольных напитков медицинских предупреждений, определяемых министерствами здравоохранения.

Алкоголь является причиной более 200 различных заболеваний и болезненных состояний. Это опьяняющее вещество является причиной преднамеренных и непреднамеренных травм, проявлений насилия, убийств, самоубийств и смертей из-за вождения в нетрезвом состоянии. Алкоголь увеличивает вероятность рискованного сексуального поведения, развития болезней, передающихся половым путем и ВИЧ-инфекции. Он является мощным тератогеном и служит причиной низкого веса при рождении, когнитивных расстройств и алкогольных нарушений плода. Он оказывает нейротоксическое воздействие на развитие мозга, что приводит к структурным изменениям в гиппокампе в подростковом возрасте и уменьшению объема мозга в среднем возрасте. Алкоголь – это вызывающее зависимость вещество, подобное наркотическим веществам, находящимся под международным контролем. Он является иммунодепрессантом, что увеличивает риск заболевания туберкулезом, ВИЧ / СПИД и пневмонией. Алкоголь классифицирован Международным агентством по изучению рака как канцерогенное вещество, которое вызывает рак полости рта, гортани, пищевода, печени, толстой и прямой кишки и молочной железы. Хотя алкоголь чрезвычайно токсичен для сердечнососудистой системы в целом, при малом или умеренном употреблении алкоголь может оказывать защитное воздействие от развития ишемической болезни сердца, однако это положительное воздействие может быть нивелировано всего одним случаем сильного опьянения в течение месяца. При обильных выпивках также повышается риск сердечнососудистых заболеваний.



Мы считаем убедительными доказательства того, что цены на алкогольные напитки должны быть немедленно повышены посредством налогообложения во всех странах, и при этом на все алкогольные изделия, включая пиво и вино.

В своем совместном документе, подготовленном в 2011 году для встречи высокого уровня ООН по неинфекционным заболеваниям, как Всемирный экономический форум, так и Всемирная организация здравоохранения пришли к выводу, что первое из трех «наилучших действий» для уменьшения связанного с алкоголем вреда, это сделать его более дорогим. В подавляющем большинстве случаев, где бы и когда бы ни проводилось исследование, когда алкоголь становится дешевле, его потребляют больше с ростом вытекающего из этого вреда. Когда же алкоголь становится более дорогим, его меньше употребляют, что приводит к снижению вреда. При этом как пьяницы, так и люди, зависимые от алкоголя, тоже меньше пьют, когда цена повышается. Налоги на алкоголь хороши в том смысле, что они уменьшают потребность в налогах на работающих людей и генерируют столь необходимые государству доходы, которые могут быть использованы для компенсации всех других проблем, стоящих перед странами.

Мы считаем убедительными доказательства того, что минимальная цена за грамм алкоголя должна быть принята в качестве законной меры алкогольной политики во всех государствах, и также для всех алкогольных изделий, включая вино.

Минимальная цена на грамм алкоголя является справедливым способом снижения вреда и является ответом на проблему продажи алкогольных напитков, которые являются дешевыми, но содержат много алкоголя, и поэтому их часто употребляют молодые люди, чтобы достичь состояния опьянения. Канадские провинции ввели минимальные цены уже несколько лет назад, что способствовало общественному здравоохранению, без ущерба для бизнеса или торговли. Отдельные части Великобритании ввели или планируют ввести минимальную цену на грамм алкоголя.

Мы считаем не имеющими оснований те аргументы, которые обычно выдвигаются против повышения цен на алкоголь.

Выражается озабоченность, что если цена легального алкоголя растет, то больше людей будет варить или перегонять свой алкоголь, или попытаются заполучить нелегальный алкоголь. Хотя это, несомненно, имеет значение в некоторых частях мира, это не так важно в Европе. Когда цены между соседними странами отличаются, потребители пересекают границы, чтобы приобрести более дешевый алкоголь. Но, важно отметить, что иногда действия в отношении различия цен могут ухудшить ситуацию. Например, в 2004 году, когда Эстония вступила в Европейский Союз, Финляндия снизила налоги на алкоголь на треть в качестве меры противодействия покупкам потребителями дешевого алкоголя из Эстонии. Однако следствием этого было то, что в период с 2003 по 2005 год смертность от заболеваний печени, вызываемых употреблением алкоголя, увеличилась в Финляндии на 52%, а государственные доходы упали на 29%. При этом рост ущерба для социально незащищенных людей был непропорционально высоким. Финляндия с тех пор подняла налоги и в результате потребление алкоголя и вред снизились. Таким образом, снижение



акцизов для решения проблемы трансграничной торговли, очевидно, не было хорошим решением. Представляется, что было бы лучше снизить разрешенные уровни для частного импорта, так как большое количество алкоголя, которое потребители могут легально провезти через границу для личного потребления, может быть угрозой для здоровья населения тех стран, которые имеют более высокие акцизные налоги.

Мы считаем убедительными доказательства того, что приобретение алкоголя должно быть ограничено рядом мер.

Это второй из трех «лучших способов», выдвинутых Всемирным экономическим форумом и Всемирной организацией здравоохранения. Когда алкоголь становится легче приобрести, потребляется больше алкоголя, что приводит к возрастанию вреда, а когда алкоголь приобрести труднее, его меньше потребляют и вред снижается. Таким образом, сокращение числа мест продажи алкоголя, а также дней и часов продажи алкоголя спасает жизни. Расположение алкоголя в супермаркетах также имеет значение. Если алкоголь легко положить в тележку в супермаркете, его покупают больше. Если же это сложно, то его покупают меньше.

Мы считаем убедительными доказательства того, что все виды коммерческих коммуникаций по поводу алкоголя должны быть запрещены.

Это третий из трех "лучших способов", выдвинутых Всемирным экономическим форумом и Всемирной организацией здравоохранения. Как показали исследования, чем больше воздействие алкогольной рекламы, тем больше непьющих людей начинают пить, и тем больше уровень потребления среди пьющих. Даже простой просмотр одночасового фильма с большим количеством сцен с выпивкой или просмотр обычных рекламных объявлений может удвоить объем выпитого за время просмотра. Большинство коммерческих коммуникаций в настоящее время осуществляется с помощью социальных средств массовой информации, и, таким образом, запреты должны относиться и к ним. Кодексы саморегулирования не работают. Даже если показ рекламы прекращается после ее трансляции, бывает уже слишком поздно, и реклама часто живет, скопированная в социальных медиа.

Мы считаем, что другие меры также могут уменьшить наносимый алкоголем ущерб.

Есть много других действий, которые можно осуществить, чтобы помочь людям пить меньше. Например, внедрение жестких наказаний за вождение в нетрезвом состоянии уменьшает количество выпитого алкоголя. Особенности физического и социального проектирования, а также организации работы питейных заведений могут уменьшить количество выпитого в течение дня алкоголя. Установление минимального возраста для покупки алкоголя также оказывает воздействие, хотя в некоторых странах это воздействие оказалось гораздо меньшим, чем ожидалось - просто потому что, как сообщают сами молодые люди, у них, видимо, не возникает каких-либо трудностей при приобретении алкоголя, так как часто законы о минимальном возрасте для покупки не соблюдаются.



Мы считаем убедительными доказательства того, что некоторые инициативы должны быть пересмотрены таким образом, чтобы действительно снижать количество выпиваемого алкоголя.

Одной из таких инициатив является просвещение детей и молодежи. Молодые люди, конечно, важны, поскольку существенные структурные изменения головного мозга, которые происходят в подростковом возрасте, должны быть защищены. Чем в более позднем возрасте молодые люди начинают пить, тем лучше для их успеваемости, и тем меньше шансов, что они в конечном итоге станут зависимыми от алкоголя в дальнейшей жизни. Но, к сожалению, данные исследований постоянно показывают, что большая часть современных образовательных программ, ориентированных на молодых людей, как правило, не имеет последовательного и долговременного влияния на их поведение в отношении алкоголя. Это, пожалуй, не удивительно, учитывая обстановку, в которой они живут - многие молодые люди, родители и люди среднего возраста вряд ли подадут хороший пример. Кроме того, молодые люди подвергаются воздействию всех видов рекламы, в частности посредством социальных сетей и электронных средств коммуникации, рекламы, которая поощряет непьющих начать пить и пьющих пить больше. Программы просвещения могли бы стать более действенными, если бы в них произошел концептуальный сдвиг от попыток оказать воздействие на отношение к алкоголю с целью повлиять на поведение, к рассмотрению влияния поведения на отношения, а также большую поддержку просветительных программ, которые охватывают родителей.

Мы считаем убедительными доказательства того, что консультации и лечение должны лучше предоставляться тем, кто пьет слишком много, или тем, кто зависим от алкоголя, сокращая разрыв между потребностями в таких консультациях и лечении и их фактическим предоставлением.

Какие бы политические меры или программы ни были реализованы, все равно многие пьющие будут по-прежнему сталкиваться с проблемами из-за алкоголя. Предоставление этим людям консультаций и лечения для сокращения потребления алкоголя улучшает их здоровье, и в значительной степени, если может быть предоставлена достаточная помощь. Проблема в том, что лишь малая доля тех, кому могли бы помочь консультации и лечение, на самом деле получают их. К тому же для слишком многих людей проходит слишком много лет между развитием проблемы и предложением помощи для борьбы с нею.

Мы обеспокоены тем, что наши правительства не предпринимают достаточных действий, чтобы уменьшить наносимый алкоголем ущерб.

По их собственному признанию, многие страны сами отмечают, что они делали неправильные вещи. За пять лет, в 2006-2010 годах, согласно докладу Всемирной организации здравоохранения 2012 года, к сферам политики, которые стали сильнее в странах Европейского Союза относились просвещение и общественные кампании, а к сферам политики, которые не стали сильнее или даже ослабели, относятся ценообразование и реклама. Это неправильно, так как те меры, которые могли бы привести к существенным благоприятным переменам, не осуществляются.



Мы обеспокоены тем, что слишком много правительств и государственных органов не относятся к алкогольной промышленности, производителям и торговцам, зрелым и эффективным образом

Слишком часто, как нам кажется, с алкогольной промышленности ведутся беседы по поводу неэффективных стратегий, таких как традиционное просвещение или саморегулирование рекламы, которые не оказывают воздействия на здоровье людей. Мы убеждены, что было бы более полезным, если бы эти разговоры велись о том, что промышленность сама по себе может конкретно сделать, чтобы уменьшить бремя болезней. Одной из очевидных мер является удаление с рынка миллиардов граммов алкоголя, чтобы они не потреблялись людьми. Это может быть достигнуто за счет снижения крепости алкогольных напитков, таким же образом, как производители продуктов питания и напитков снижают содержание соли.

И, наконец, мы вернулись к тому, с чего мы начали - нас чрезвычайно беспокоит то, что каждый год среди граждан Европейского Союза в возрасте 15-64 лет происходят 120 тысяч смертей, которые можно было бы предотвратить.

Мы надеемся, что найдется политическое мужество, чтобы исправить эту ситуацию, тем более что решения не являются трудными. Всемирный экономический форум и Всемирная организация здравоохранения уже показали нам путь, и нам нужно воспользоваться предложенными ими тремя лучшими политическими мерами: повышением цен, сокращением доступности и запретом рекламы. И в некоторых юрисдикциях уже проявляют такое мужество - например, в Шотландии - путем введения минимальной цены за грамм алкоголя. Англия и Уэльс также готовятся сделать это, а Финляндия разрабатывает высокоэффективный закон о запрете рекламы.

Подготовка этого манифеста

Этот манифест был подготовлен координационной группой по поручению ведущих экспертов проекта AMPHORA (<http://www.amphoraproject.net/>). Все участники проекта имели возможность высказать свои замечания к тексту манифеста.

Мнения, выраженные в данном документе, не обязательно отражают взгляды организаций, в которых работают эксперты AMPHORA.

С англоязычной текстовой и видео версиями этого манифеста можно ознакомиться по адресу: www.amphoraproject.net